



## Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**

Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

### Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

### Bajo las condiciones siguientes:



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

## **UN SALVAVIDAS A LAS MIPYMES DE COLOMBIA EN TIEMPOS DEL COVID-19**

Norma Liliana Cuadrado Cristancho y

Michael Armando Contreras Buitrago

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Colombia

Especialización en Administración Financiera.

Bogotá – Colombia, noviembre del 2020

### **Resumen**

Las Mipymes se han visto afectadas negativamente por la llegada de la pandemia del COVID-19, su débil estructura financiera le ha costado al tejido empresarial nacional que durante el confinamiento se liquidaran y cerraran varias de estas, por otra parte se encuentran aquellas que logran sobrevivir mediante la reestructuración interna de su organización, cambios en la visión del negocio, innovación de procesos y productos y la transformación tecnológica aplicada en la reactivación del mercado, evitando así que continúe el aumento de la tasa de desempleo y los efectos de la crisis económica.

### **Palabras Clave**

Mipymes; COVID – 19; crisis económica; innovación y transformación.

## **Introducción**

Las Mipymes se han consolidado como uno de los tejidos más robustos del sector empresarial a nivel nacional, sin embargo, debido a las deficiencias del sistema económico y la baja importancia que se les ha brindado, un gran número de ellas fracasan a los 5 años de constituirse. El país no se encontraba preparado para los efectos que traería consigo un fenómeno de tal magnitud como lo es una pandemia, que con su llegada y permanencia a nivel mundial ha traído a los países subdesarrollados grandes pérdidas de empleos y por ende el aumento en los niveles de pobreza.

En Colombia las organizaciones que aún permanecen en los mercados tienen presente que para sobrevivir deben implementar nuevas estrategias organizacionales y que la colaboración entre ellas mismas es de vital importancia para salir adelante en los momentos difíciles, sumado a esto, el Gobierno Nacional junto con sus entes territoriales han brindado alivios y ayudas financieras que de una u otra forma benefician a aquellas que se resisten a la idea de un cierre o cese temporal de operaciones, sin embargo, una parte del sector considera que estas iniciativas no son suficientes. ya que muchas de ellas se encuentran sobre endeudadas, no cumplen con las condiciones requeridas o desconocen la forma de acceder a este tipo de auxilios.

A nivel nacional la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas – ACOPI, representa la voz de las Mipymes y ha aportado ideas al Gobierno para aliviar y superar paulatinamente el momento de recesión económica que enfrentan las empresas con menor capacidad financiera, entre ellas se encuentra, la inclusión en su gasto público de los servicios y productos prestados por las Mipymes, la reducción en los plazos de pago a proveedores por parte de las empresas más grandes y la aplicación de protocolos de bioseguridad para la reapertura de las empresas.

## **Un Salvavidas a las Mipymes de Colombia en Tiempos del COVID-19**

En Colombia las Mipymes - Micro, Pequeñas y Medianas Empresas se han convertido a lo largo de los años como parte fundamental del tejido económico del país, esto debido a su gran capacidad de generación de empleo. A nivel nacional representan entre el 96% y 99% de la estructura empresarial (ACOPÍ & FAEDPYME, 2020), aportan cerca del 35% del PIB y un 80% del empleo, sin embargo (Mintrabajo, 2019), sólo el 34% de las nuevas empresas resisten a los cinco primeros años (Confecámaras - Red de Cámaras de Comercio, 2018).

El fenómeno económico por el cual atraviesa el mundo a causa de la pandemia del COVID - 19, ha dejado como resultado la crisis y cierre de muchas Mipymes que contaban con una estructura financieramente débil para soportar los efectos que trajo consigo la rápida propagación del virus, esto sumado a los obstáculos ya presentados en Colombia para la formalización de estas organizaciones, la dependencia económica del país a las grandes cadenas de valor, al sector minero y a las importaciones de consumo intermedio.

Los cambios económicos y los nuevos métodos de globalización están afectando a las sociedades y territorios menos desarrollados, ya que las organizaciones y los países más preparados se quedan con las riquezas y esto conlleva a que las nuevas empresas de una nación menos avanzada logren un mínimo desarrollo económico.

El entorno donde se desarrollan la nuevas organizaciones en Colombia no es el más adecuado, al año se presentan un gran número de quiebres y pérdidas, como consecuencia a la baja competitividad que manejan estas empresas al no implementar nuevas tecnologías, ni innovar en sus procesos productivos, por esta razón también pierden la oportunidad de entrar a competir en mercados externos pues omiten las preferencias del consumidor, su estructura es frágil y en la mayoría de los casos prevalece una cultura organizacional centrada en suplir la demanda de un

mercado interno y esto se ha reflejado en la crisis económica actual ocasionada por la pandemia del COVID-19.

Uno de los problemas de algunas Mipymes se centra en el sector en el cual se ubican, existen empresas que visualizan su crecimiento en segmentos marginados y con poco desarrollo económico, esto sumado a su corta experiencia y conocimiento deja como resultado el poco alcance establecido inicialmente en sus metas organizacionales, pues no logran identificar la potencialidad económica que pueden alcanzar dentro de su sector o territorio.

Las nuevas organizaciones o Mipymes buscan establecerse en un mercado en el cual el éxito se obtiene a costa de los demás, ya sea con una guerra de precios bajos o mejorando la calidad del producto y/o servicio, a esto se le llama competencia. Se sabe que la oferta es cada día mayor y las empresas asocian el concepto de competir con la destrucción entre ellas mismas. Las organizaciones deben pensar en abarcar espacios vírgenes mediante la creación de ideas, teniendo presente que un mercado saturado traerá ganancias más bajas comparadas a las que se pueden obtener de un negocio innovador en un sector no explorado.

La innovación es considerada como una de las causas del proceso de transformación y desarrollo sociocultural, también puede definirse como la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de métodos de producción y transporte; como consecuencia la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio de la organización en su proceso de gestión (Heijs & Buesa, 2006).

A nivel global según el informe Impacto económico de la COVID-19 sobre la empresa, publicado por la Fundación para el Análisis Estratégico de la Pequeña y Mediana Empresa, el 35,7% de las empresas han disminuido el número de sus trabajadores, el 61,6% lo ha mantenido y tan solo el 2,6% lo ha aumentado (FAEDPYME, 2020). Estas cifras muestran la gran

preocupación e incertidumbre que enfrentaron las compañías al inicio de la pandemia y que algunas siguen presentando al interior de su organización, también puede significar la posición que han tomado las empresas frente a las nuevas estrategias del recurso humano, como por ejemplo el trabajo remoto y la capacitación de las personas. Debido a que Colombia no se encontraba preparada para este tipo de situaciones, algunas Mipymes sufrieron un fracaso por la ausencia de habilidades distintas a las tradicionales en sus empleados, lo que impidió una transformación, respuesta y adaptación al cambio de la organización.

Conforme a lo anterior, puede decirse que la innovación sin lugar a duda conlleva al éxito, enmarcado por una serie de estrategias aplicadas acorde a las necesidades de la organización que trabajadas de forma conjunta se aplican a la creación de nuevos procesos, productos o servicios con altos niveles tecnológicos, ya que se involucra de forma directa en cualquier aspecto de la empresa, y permite distinguir a las grandes de las pequeñas por la superioridad en sus ventajas competitivas.

Actualmente existen gerentes enfocados en sus propias necesidades y no abren su visión a las exigencias y deseos de las nuevas generaciones, adicionalmente se debe tener en cuenta que las Mipymes se encuentran limitadas en sus productos, recursos y oportunidades en comparación con las grandes empresas, lo que se ha visto reflejado en la permanencia actual de algunas de ellas en medio de la emergencia sanitaria del COVID-19. La limitación puede ser ocasionada por la falta colaboración empresarial, debido a que los líderes de las organizaciones se cohiben de compartir sus experiencias e información que puede ser útil para que otras empresas enfrenten una crisis, sin darse cuenta de que pueden intercambiar ideas que busquen un beneficio mutuo y equitativo, aportando a la economía del país.

El filósofo brasileiro Euclides André Mance define las redes como “Una articulación entre diversas unidades. A su vez, dichas unidades fortalecen todo el conjunto en la medida en que este las fortalece, permitiéndole expandirse en nuevas unidades o mantenerse en equilibrio sustentable.” (Mance, 2001).

Colombiano compra colombiano es una iniciativa que puede hacerle frente a la crisis económica originada por la pandemia y que tiene a las Mipymes en una zona de peligro, la colaboración entre organizaciones permite abordar objetivos , problemas y necesidades de gran complejidad, de igual forma crea proyectos con un mayor alcance y enfoque social que lleguen a más personas y de esta forma sumar las capacidades, obtener información, conocimiento de las posibilidades existentes y recursos de cada una de ellas, impulsando el desarrollo organizacional.

Pertenecer a una red es otra manera de trabajar dentro de las organizaciones y manejar las relaciones entre sí implica una nueva forma de organización, de actuar, de compartir la información y los recursos, colaborando como un equipo enlazado. El auge tecnológico y de las comunicaciones permite hoy acceder a conocimientos y medios impensados hasta hace muy poco, sin embargo, cuando se habla de tecnología, también se refiere al intercambio de conocimiento. Cuando se trata de colaborar dentro de varias organizaciones no solo se abarca el tema de la maquinaria, también incluye el conocimiento organizacional que puede ayudar a un mejor desarrollo de la red.

Día a día se generan cambios permanentes y acelerados en la economía, en la comunicación, en la cultura, en los lenguajes, en los valores y las actitudes sociales, en las formas de relación, en la vida personal y colectiva; estos factores vividos de manera individual por las empresas hacen posible que cada una de ellas realicen su aporte acerca de los resultados obtenidos de sus experiencias ya sean negativos o positivos, fortaleciendo de esta forma la estructura de la red.



El Banco Interamericano de Desarrollo dice que “La experiencia de la pandemia del COVID-19 debería servir para que los países de la región puedan extraer algunas lecciones, no solo sobre la importancia de invertir en la generación de mayores capacidades científicas, sino también sobre la intensidad y la forma que debe adoptar ese esfuerzo.” (Banco Interamericano de Desarrollo - BID, 2020).

La pandemia ha provocado que se creen desarrollos de innovación y avances tecnológicos, logrando cambiar los estilos de vida de los agentes económicos del mercado tanto de los oferentes como de los demandantes, por esto, en el país se deben tomar medidas para acelerar la digitalización nacional, dotando de conocimientos y financiación a las Mipymes que no cuentan con las capacidades digitales y de esta manera puedan continuar operando. Actualmente en Colombia el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en colaboración con las Cámaras de Comercio otorgan opciones de aprendizaje virtual, lo cual es un avance, pero no es suficiente, ya que las empresas colombianas requieren financiamiento para implementar el conocimiento adquirido.

La transformación digital tiene un papel fundamental para afrontar los desafíos creados por el COVID-19, las Mipymes entendieron que para su reactivación es esencial incluir dentro de su desarrollo empresarial el marketing digital. Cuando se trata de transformación digital no necesariamente se trata de un Software robusto y sofisticado, en la actualidad contamos con dispositivos y plataformas digitales que permiten una mayor interacción de los consumidores y vendedores, que en el transcurso del tiempo se ha convertido en una herramienta primordial e indispensable para el crecimiento de muchas empresas que buscan ser competitivas dentro del mercado (Confecámaras - Red de Cámaras de Comercio, 2020).

La intervención del Estado ha sido fundamental, ya que es el único agente económico con la capacidad y estabilidad financiera para sobrellevar este tipo de crisis, mediante el uso de políticas económicas que estimulen la demanda, como por ejemplo el gasto público (Keynes, 1936), motivando de esta forma el empleo a nivel nacional y por ende moderando la caída económica de las empresas.

El Estado es el mayor demandante de bienes y servicios en la economía, entre los países miembros de América Latina y el Caribe para el 2017, las compras públicas representaron en promedio del 17.4% del total de los gastos de sus gobiernos y un 6% del PIB de la región, en el caso de Colombia la participación alcanzó el 34%, para el 2019 logró una cifra aproximada a los 87 billones de pesos (OCDE - BID, 2020). Las compras públicas son muy importantes para las MiPyme no solo por las cantidades de bienes y servicios que estas pueden prestar al Estado, si no por las relaciones que este último establece con diferentes organizaciones públicas, privadas y la ciudadanía. Lo anterior permite generar una estructura económica más flexible y competitiva acompañada de innovaciones tecnológicas.

En relación con las compras públicas, una de las problemáticas más notables es la baja participación de las Mipymes, según un estudio de ACOPI esta baja intervención corresponde a 3 factores: 1) Los bajos niveles de inscripción en el RUP, este registro permite a todas las personas naturales o jurídicas nacionales y las extranjeras domiciliadas o con sucursal en Colombia aspiren a celebrar contratos con entidades estatales, según ACOPI solo el 26,3% de las empresas están inscritas. 2) La baja participación en uso de la plataforma SECOPII (Sistema Electrónico de Contratación Pública) permite a compradores y proveedores realizar contrato, que se realiza a través de la tienda virtual del Estado Colombiano. Así mismo, le permite al público en general realizar consultas del estado y el proceso de los contratos, para que el proceso de

contratación gane transparencia, según ACOPI solo el 17.7% de las empresas hacen uso del sistema. 3) La baja auto percepción que tienen las empresas en su deseo de prestar el bien o servicio y no cumplir con los trámites necesarios para las contrataciones públicas (ACOPI, 2020)

Al detallar a fondo estos indicadores, muestran la existencia de la falta de conocimiento sobre la mecánica de la contratación pública por parte de las empresas, las organizaciones desconocen el medio en el cual son promovidos estos contratos, la importancia que tienen los documentos, la forma correcta de presentar una oferta atractiva y la inexperiencia de gestionar los trámites con las herramientas solicitadas, lo anterior se convierte para las Mipymes en una verdadera barrera de entrada al mercado. Según ACOPI un 66.7% de las empresas ven en la contratación pública una opción atractiva para ofrecer sus productos o servicios, la crisis debe ser vista para el Estado y sus entes territoriales como el momento indicado que tienen las Mipymes para instruirse y participar en el mercado de la contratación pública, para lograr este objetivo el Gobierno debe buscar e implementar estrategias de capacitación y promoción de todos los procesos de contratación que les permita a las Mipymes ser empresas profesionales con dominio en este campo.

En el mes de marzo del 2020, el Gobierno Nacional creó el FOME – Fondo De Mitigación De Emergencias, consiste en un fondo estatal que proporciona alivios económicos a los entes territoriales, al sector financiero y a las empresas públicas, privadas o mixtas, mediante el recaudo de recursos de distintas entidades sumados a capital proveniente del Presupuesto General de la Nación. Al mes de agosto del 2020, el FOME recibió cerca de 25.5 billones de pesos, 16 billones se destinaron a las MiPyme, de los cuales solamente el 29% de total de recursos del fondo fue destinado a sectores como el de salud, programas sociales y subsidios a la nómina, para las MiPyme (Javeriana, 2020)

De acuerdo con la UGPP (Unidad de Gestión Pensional y Parafiscales), entidad encargada de manejar el PAEF (Programa de Apoyo al Empleo Formal), 134.369 entre personas naturales y jurídicas se han beneficiado con estos recursos (UGPP, 2020), esto representa menos del 10% del total de empresas registradas ante la Cámara de Comercio, un estimado de 1.600.000 empresas. Es un porcentaje muy bajo de empleadores favorecidos con las iniciativas del Gobierno, lo cual hace pensar que muchas empresas no cuentan con la capacitación tecnológica y los conocimientos para poder aplicar a este tipo de convocatorias y que otras de ellas dejaron de existir por el reducido flujo de recursos financieros.

Las cifras muestran que la ejecución de los recursos destinados a las MiPyme ha sido lenta, lo que ha llevado a que muchas empresas que conforman este conjunto cierren temporalmente ya que no pueden cumplir con el pago a sus empleados, ni con los gastos normales como arriendos, impuestos y servicios, por ejemplo, para el mes de septiembre del 2020 cerca del 36% presentaban un cese de operaciones durante el confinamiento y posterior a la reactivación económica (ACOPI, 2020).

Las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional deben estar inclinadas a aliviar el problema de liquidez que actualmente presentan las Mipymes del país, sin embargo, muchas de estas no cumplen con los requisitos para acceder a un medio de financiamiento o presentan un sobre endeudamiento y se abstienen de adquirir nuevas obligaciones financieras. Lo anterior indica que un crédito no es una solución a la crisis ya que crea una Tripe Contingencia Fiscal: 1) Podría hacerse efectiva una parte sustancial de las garantías otorgadas por el Gobierno a través del FNG, 2) Los riesgos asumidos por el sistema financiero, podrían implicar un rescate del Gobierno y 3) El Gobierno deberá otorgar subsidios a los desempleados por quiebra de las empresas (Botero & Lora, 2020)

Es claro que el Gobierno se ha interesado en sacar adelante a las Mipymes en el momento de incertidumbre atravesado actualmente por la pandemia, pese a esto, es probable que el resultado sea el menos esperado, ya que la estructura financiera de las empresas no se encontraba preparada para un fenómeno de esta magnitud, lo que podría concluir en el cierre de empresas, por ende, crecimientos en la tasa de desempleo y bajas posibilidades del cumplimiento con las obligaciones financieras y fiscales, adicionalmente, se crearía una ruptura de las redes asociativas empresariales ya establecidas.

Como propuesta para afrontar la crisis, la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) trabaja en un proyecto que busca reducir el plazo que actualmente es de hasta 180 días para el pago por parte de las grandes empresas a sus pequeños proveedores. El Estado es quien debe apoyar este tipo de iniciativas, con las cuales las Mipymes se verán beneficiadas y garantizarán el control de sus recursos, ya que asegura que pueden disponer en un periodo de tiempo más corto con flujos que alivian sus cargas monetarias, al tiempo que incentiva la reactivación económica.

Por último y teniendo presente que la pandemia llegó para quedarse por un tiempo que con certeza no se podría estimar, las personas y las empresas deben adaptarse a la nueva realidad, implementando una transformación tecnológica que implica la capacitación y entrenamiento del recurso humano para poder acceder a las herramientas que ofrece el mundo de hoy, así mismo, la estructuración y aplicación de protocolos de bioseguridad que deben ser implementados en cualquier tipo de negocio existente o que se desee establecer, para minimizar de esta forma los riesgos de propagación del virus, aumentar las probabilidades de permanencia en el mercado y con esto darle un empuje a la reactivación económica del país.

## **Conclusiones**

Es necesario colaborar con el progreso de las Mipymes ya que estas realizan grandes aportes a la economía del país, generan empleo e impulsan el desarrollo económico, la comunidad en general debe optar por las compras de productos y servicios nacionales, impulsando la economía local.

El Estado como una entidad financieramente sólida, debe apoyar a las empresas más débiles, a través de la inclusión en las compras públicas que realicen sus entes gubernamentales, para de esta forma incentiva el empleo y la inversión económica.

Las Mipymes que logran su permanencia en la crisis económica deben replantear su forma de negocio, su visión, actualizar sus procesos y productos con la situación que el mundo vive hoy en día y es el Gobierno quien debe proporcionar las herramientas necesarias para que esto suceda.

Las redes asociativas empresariales se convierten en una alternativa para hacerle frente a la crisis económica, las empresas que integran una red son capaces de compartir información y experiencia útil para afrontar retos que se presenten en el mercado.

La innovación debe ser adoptada por las Mipymes como una herramienta de gran importancia en el mejoramiento de sus procesos productivos, es necesario que se exploren mercados vírgenes y que no se encuentren saturados.

Actualmente las exigencias de los consumidores se centran en las compras virtuales, esto debido al confinamiento provocado por la pandemia, por lo tanto, es vital que las empresas actualicen y capaciten a su recurso humano en la creación y el uso de plataformas virtuales que promocionen sus productos y/o servicios.

## Bibliografía

- ACOPI & FAEDPYME. (Agosto de 2020). *RELEXIONES Y PROPUESTAS PARA LA REACTIVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA EN EL MARCO DEL COVID-19*. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/08/REFLEXIONES-Y-PROPUESTAS-PARA-LA-REACTIVACION-Y-FORTALECIMIENTO-DE-LAS-MIPYMES-EN-COLOMBIA-EN-EL-MARCO-DEL-COVID-19.pdf>
- ACOPI. (2020). *Mipymes y Compras Públicas en Colombia*. Obtenido de <https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo - BID. (Abril de 2020). *Respuestas al COVID-19 desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Respuestas-al-COVID-19-desde-la-ciencia-la-innovacion-y-el-desarrollo-productivo.pdf>
- Botero, J. H., & Lora, E. (2020). *Una estrategia para la defensa del empleo y la estabilidad de la economía*. ACOPI.
- Confecámaras - Red de Cámaras de Comercio. (Diciembre de 2018). *Nuevos Hallazgos de la Supervivencia y Crecimiento de las Empresas en Colombia*. Obtenido de [http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos\\_An%C3%A1lisis\\_Econ%C3%B3mico/Cuaderno\\_demografia\\_empresarial/Cartilla17.pdf](http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf)
- Confecámaras - Red de Cámaras de Comercio. (2020). *Industria 4.0, transformación empresarial para la reactivación económica*. Obtenido de [http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis\\_Economicos/Industria%](http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Industria%204.0/Industria4.0.pdf)

204.0,%20Transformaci%C3%B3n%20Empresarial%20para%20la%20Reactivaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica.pdf

FAEDPYME. (23 de JUNIO de 2020). *Impacto económico de la COVID-19 sobre la empresa*.

Obtenido de Consejo General de Economistas de España (CGE) y Consejo General de la Ingeniería Técnica Industrial de España (COGITI):

<http://faedpyme.upct.es/sites/default/files/article/128/informecompleto.pdf>

Heijs, J., & Buesa, M. (2006). *Manual de economía de innovación - Teoría del cambio*

*tecnológico y sistemas nacionales de innovación*. Madrid: INSTITUTO DE ANÁLISIS INDUSTRIAL Y FINANCIERO.

Javeriana, O. F. (2020). La transparencia en el uso de los recursos para atender la emergencia.

*Pesquisa Javeriana*, 17-18.

Keynes, J. M. (1936). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. New York: Fondo de Cultura Económica - FCE.

Mance, E. A. (2001). *LA REVOLUCIÓN DE LAS REDES - La colaboración solidaria como una alternativa pos-capitalista a la globalización actual*. Brasil: Vozes.

Mintrabajo. (Septiembre de 2019). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>



OCDE - BID. (2020). *Panorama de las Administraciones Públicas: América Latina y el Caribe 2020*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico; Banco Interamericano de Desarrollo.

UGPP, L. U. (Noviembre de 2020). *PROGRAMA DE APOYO AL EMPLEO FORMAL - PAEF*.

Obtenido de <https://paef.ugpp.gov.co/deskFrontPAEF.php>